

پرونده
۵۰ سالگی
DHL

پست نوین
Post - e Novin



پادشاه سالخورده آلمانی بازی تاج و تخت را ادامه می‌دهد

DHL امسال ۵۰ سالگی خود را
جشن گرفت و همچنان بر صدر ماند

- ◎ ماموریت غیر ممکن!
- ◎ همزاد با دوقلوهای افسانه ای
- ◎ کشتیرانی در آب‌های خروشان



postenovin.ir



ماهنامه پایگاه تحلیلی پست نوین
شماره اول | آبان ۱۳۹۸

درباره این پرونده

امسال پنجاهمین سالگرد تاسیس شرکت DHL، یکی از بزرگترین برندهای خدمات پستی در دنیاست. این پرونده به ما نشان می‌دهد که یک تفکر مدرن در ارائه خدمات پستی چگونه توانسته است در طول ۵۰ سال، خود را از یک شرکت حمل‌نامه‌ها و بسته‌های پستی، به یک شریک راهبردی در صنایع پیچیده‌ای همچون نفت و انرژی بدل کند. نیم قرن بعد از تاسیس، یک شرکت آلمانی توانسته است، مفهوم پست لجستیک را در اذهان مردم جهان تغییر دهد و از رقبای بومی خود در بسیاری از کشورها، پیشی بگیرد.

پرونده پست نوین به مناسبت ۵۰ سالگی DHL، بیش از آنکه بر شایستگی‌های مدیریتی و فنی این شرکت تاکید داشته باشد، می‌خواهد نشان دهد که هر شرکت پستی چگونه قادر است با فهم عمیق از نیازهای مشتریان گوناگون خود در هر سطحی، به یک شریک راهبردی برای آنان بدل شود.

DHL امسال ۵۰ سالگی خود را جشن گرفت
و همچنان بر صدر ماند

پادشاه سالخورده آلمانی
بازی تاج و تخت را ادامه می‌دهد

۳

چگونه DHL، بر تهدیدهای فناوری غلبه کرد؟
ماموریت غیر ممکن!

۶

تلاش و تغییر در صنعت ساخت و ساز
همزاد با دوقلوهای افسانه‌ای

۱۰

حضور DHL در بازار نفت و انرژی
کشتیرانی در آب‌های خروشان

۱۳

DHL امسال ۵۰ سالگی خود را جشن گرفت و همچنان بر صدر ماند پادشاه سالخورده آلمانی؛ بازی تاج و تخت را ادامه می‌دهد



کسب و کاری که امروزه به عنوان گروه پستی دویچه پست - DHL شناخته می‌شود، فعالیت خود را با نام دویچه پست و به عنوان یک اپراتور پستی، در بازار انحصاری آلمان آغاز کرد. اما از اواخر دهه نود قرن میلادی گذشته، با تصاحب DHL و تکیه بر دارایی‌های زیرساختی و دانش فنی خود، تبدیل به کسب و کاری بسیار بزرگتر، با سبد متنوعی از خدمات شد. کسب و کاری که در مونیخن گلاباخ نام‌تحویلی می‌داد و هم‌زمان محصولاتی که مصرف‌کنندگان از

«گروه بزرگ آلمانی» نیاز به رفع یک تناقض دارد:
نتیجه خوب از یک ساختار قدیمی! واقعیت این
است که عملکرد عالی دویچه پست - DHL، باعث
می‌شود تا تحلیل‌گران سهام، ساختار سازمانی کهنه
و از مد افتاده آن را نادیده بگیرند، اما این وضعیت
نمی‌تواند برای همیشه ادامه پیدا کند.

طریق اینترنت خریداری کرده بودند را به دست آن‌ها در اقصی نقاط جهان می‌رساند.

ارزش سهام این شرکت، همچون رقبای آمریکایی اش، UPS و فدکس، تابعی از نوسانات رشد اقتصاد جهانی است. اما، انتشار گزارش عملکرد سه ماهه دوم سال جاری میلادی، که نشان داد روند سودآوری شرکت به رغم موانع تجاری ایجاد شده در اثر تنش‌های اقتصاد سیاسی، میان ایالات متحده، چین و اتحادیه اروپا، همچنان حفظ شده است، ارزش سهام دوپچه پست - DHL را با یک جهش ناگهانی ۴ درصدی مواجه ساخت.

دو دهه پیش، دوپچه پست - DHL توانست گوی سبقت را از رقیبان اروپایی خود بریابد، زیرا بر خلاف همتای بریتانیایی اش، رویال میل، توانسته بود هم بازار خود را به سراسر جهان توسعه دهد و هم خدمات خود را متنوع تر نماید. در آن زمان، این طور به نظر می‌آمد که سرویس پست الکترونیکی، خیلی زود، از سرویس پست کلاسیک، چیزی جز یک خاطره باقی نخواهد گذاشت.

در چنین شرایطی بود که مدیران دوپچه پست، فرصت‌های نهفته در شکوفایی اینترنت، برای صنعت پست را درک کردند. دوپچه پست به درستی فهمید که توسعه اینترنت، به معنای رشد بسیار سریع تجارت الکترونیکی و فرصتی استثنایی برای کسب و کارهای پستی محسوب می‌شود تا تمرکز عملیات

حضور پنجاه ساله
DHL در صنعت مالی
نمونه روشن و
الهام‌بخشی است از تلاش
یک شرکت بزرگ برای
باقی ماندن در بازاری
که تحت تاثیر فناوری
و روندهای اقتصادی و
اجتماعی به سرعت در
حال تغییر است.



کرده است تا در شرایط اقتصادی نایمن و بازار بی ثبات این روزها، همچنان عملکرد موفق داشته باشد.

با وجود اینکه کشورهای اروپایی، در دو فصل اخیر، حال و روز اقتصادی چندان خوبی نداشته اند؛ اما، مصرف کنندگان اروپایی در بازارهای تجارت الکترونیکی، همچنان حضور بسیار موثری دارند و تقاضا برای تحویل سریع و مطمئن بسته‌های پستی، به همین دلیل، از رونق برخوردار است. کسب و کار اصلی دویچه پست، یعنی تحویل بسته‌های پستی، در طول سه ماهه دوم امسال، سریع‌ترین رشد را در اتحادیه اروپا تجربه کرده است.

کسب و کارهای دارای حاشیه سود بالاتر، در زنجیره ارزش تجارت الکترونیکی، همچون مراکز لجستیک، عامل ایجاد چیزی در حدود یک چهارم کل سود عملیاتی دویچه پست، در فصل دوم سال ۲۰۱۹ بوده اند. عملکرد شرکت در این بخش نیز، فراتر از مهم‌ترین رقیبان بین‌المللی خود، یعنی شرکت‌هایی همچون ریکانز-بارکلیز، عمل کرده است.

از خلق ارزش برای مشتریان و شرکا تا سودآوری برای سهامداران، عملکرد پادشاه سالخورده آلمانی نشان می‌دهد؛ قصد ندارد به این زودی‌ها، با بازی تاج و تخت وداع کند.

خود را از نامه‌رسانی، به حمل و تحویل بسته‌های سفارشات خریدهای اینترنتی تغییر دهند.

به این ترتیب، دویچه پست در سال ۱۹۹۸، با خریداری DHL که شاخص‌ترین ارائه‌دهنده خدمات حمل اکسپرس بسته‌های پستی بود، وارد این میدان تازه شد تا توسعه اینترنت را تبدیل به اهرم اصلی سودآوری خود کند.

در حالی که سهام رویال میل از سال ۲۰۱۳ تا امروز، یک بازدهی منفی، در حدود ۱۳ درصد، داشته است؛ گروه دویچه پست-DHL در همین دوره زمانی، سهامداران خود را با یک بازده مثبت ۴۸ درصدی، راضی و خرسند نگه داشته است. آخرین سطح «شاخص نسبت قیمت به سودآوری»، برای سهام دویچه پست، حدود ۱۴ بوده و این شرکت بیش از ۵ سال است که توانسته این شاخص را در همین حد نگاه دارد.

این در حالی است که حتی رقیب جدی آمریکایی دویچه پست-DHL، یعنی پست دولتی آمریکا، در حال حاضر، در این شاخص نمره ای بهتر از ۱۵ ندارد. UPS و فدکس، از مزیت تجاری دسترسی بهتر به بازار بزرگ ایالات متحده برخوردارند؛ همانطور که دویچه پست-DHL، این مزیت را، به لطف تسلط بر بازار خدمات پستی آلمان، در این کشور دارد. اما عملکرد این پادشاه سالخورده بازار نامه و بسته‌های پستی آلمان، در سه ماهه دوم سال ۲۰۱۹، فراتر از حد انتظار بود. در این دوره زمانی، افزایش نرخ تعرفه‌های پستی، چشم‌انداز مثبتی برای سودآوری دویچه پست ترسیم می‌کرد؛ اما، رشد چشمگیر این شرکت، به چیزی مهم‌تر از رشد نرخ تعرفه متکی بود.

عملکرد درخشان دویچه پست-DHL، در سه ماهه دوم سال ۲۰۱۹، سبب شد تا پیش‌بینی‌ها در مورد حداقل سود سالانه این شرکت، که قبلاً چیزی در حدود ۳/۹ میلیارد یورو ارزیابی شده بود، به رقم ۴ میلیارد یورو افزایش یابد. در صورت تحقق این عملکرد، سودآوری دویچه پست-DHL نسبت به سال گذشته، تقریباً ۲۵ درصد افزایش خواهد داشت. توزیع جغرافیایی بازار و کنترل هزینه، به DHL کمک

رقیب جدی آمریکایی دویچه پست -
DHL، یعنی پست دولتی آمریکا،
در حال حاضر، در شاخص نسبت
قیمت به سودآوری نمره‌ای بهتر از
۱۵ ندارد. UPS و فدکس، از مزیت
تجاری دسترسی بهتر به بازار بزرگ
ایالات متحده برخوردارند.



چگونه DHL، بر تهدیدهای فناوری غلبه کرد؟

ماموریت غیر ممکن!

در طول سال ۱۹۶۹، ناسا از مرکز فضایی کندی، در فلوریدا، چهار موشک به فضا پرتاب کرد. درست در همان زمان که مهندسان و دانشمندان ناسا، در پایگاه کندی با ماموریت دشوار رساندن انسان به سطح ماه دست و پنجه نرم می کردند؛ در سمت دیگر ایالات متحده، آدریان دلزی، لری هیل بلام و رابرت لین کسب و کار کوریبری کوچکی را ساخته بودند که ماموریت بسیار ساده تری داشت: رساندن بسته های کوچک، حاوی اسناد حقوقی مشتریان، از سانفرانسیسکو به هونولولو. DHL، چنین متولد شد.

DHL در سال‌های گذشته تجربیات ارزشمند خود در زمینه جابه‌جایی اسناد فیزیکی بانک‌ها را به نقاط کمتر توسعه یافته و غیر برخوردار جهان برده و موجب توسعه بانک‌پذیری در جوامع فقیر شده است.

(و در واقع اولین سرویس حمل نقطه به نقطه اکسپرس در مقیاس جهانی) را بنا کردند که عملکردش، نسبت به خدمات سایر رقبا، هم سریع تر و هم قابل اطمینان تر بود.

اولین مشتریان شرکت DHL، از میان چهار صنعتی برآمدند که به نوعی ستون‌های دنیای مدرن محسوب می‌شوند. تمرکز این شرکت در روزهای آغازین فعالیت بر چهار صنعت کلیدی سبب شد؛ تا سنت بازاریابی متمرکز، با تکیه بر قابلیت‌های ویژه و اختصاصی مورد نیاز هر صنعت، در DHL ایجاد شده و باقی نیز بماند؛ به گونه‌ای که امروز نیز، این شرکت در حوزه صنایع مختلف، با تکیه بر مشاوران خبره، طیف وسیعی از خدمات زنجیره تامین و لجستیک را، در قالب سرویس‌های اختصاصی سازی شده، ارائه می‌دهد.

مشتریان قدیمی DHL در طول این سال‌ها، دقیقاً مانند خود DHL، رشد و تغییرات زیادی را تجربه کرده‌اند و این شرکت کوشیده در تمام این مدت، خود را با تغییرات مدل کسب و کار، دامنه فعالیت و به تبع آن نیازهای جدید مشتریان قدیمی، سازگار کند.

در سال ۱۹۷۲، پروازهای سرنشین دار به ماه، با تغییر تمرکز منابع ناسا بر پروژه‌های دیگری، همچون ایستگاه فضایی «آزمایشگاه آسمان»، پایان یافت و از آن زمان هیچ انسانی به سطح ماه بازنگشته است؛ اما، DHL، در این ۵۰ سال زنده ماند و تحولات بسیاری را از سر گذراند.

امروز، این شرکت، بخشی از گروه دویچه پست - DHL است که ارزشی معادل ۶۱ میلیارد یورو دارد و حدود ۵۵۰ هزار کارمند آن در ۲۲۰ کشور و منطقه آزاد، در سراسر جهان، به ارائه خدمات مشغولند. این شرکت هنوز هم مدارک حقوقی را از سانفرانسیسکو به بندر هونولولو و بالعکس حمل می‌کند؛ اما، در کنار مأموریت اولیه خود، دامنه فعالیتی با تنوع و گستردگی مافوق تصور پیدا کرده است.

DHL در بازارهای مالی، الهام بخش و پیشرو

اولین مشتریان DHL از صنایعی آمده‌اند که در طول ۵۰ سال گذشته، نه فقط خود به صورت ریشه‌ای تغییر کرده‌اند؛ بلکه پروسه تغییرات در آن‌ها، چهره نظام تولید و تجارت و نیز سیمای جهانی را که در آن زندگی می‌کنیم را نیز، به شدت تغییر داده است.

با توسعه دامنه فعالیت شرکت‌های چند ملیتی به بازارهای تازه، در طول دهه ۷۰ قرن میلادی گذشته؛ این کسب و کارها، نیاز روزافزونی به تبادل و اشتراک‌گذاری اطلاعات، میان بخش‌های درونی خود در سراسر جهان، یا بین سازمان و تامین کنندگان و شرکای بیرونی، پیدا کردند.

در آن زمان، این فرآیند، به جابه‌جایی اسناد کاغذی، میکروفیلم‌ها یا نوارها و دیسک‌های ضبط الکترونیکی اطلاعات متکی بود. از این رو، این شرکت‌ها، نیازمند دسترسی به یک سیستم حمل بین‌المللی پاکت‌های کوچک با سرعت زیاد و قابلیت اطمینان بالا شدند.

دلزی، هیل بلام و لین، این وضعیت، یعنی نیاز شرکت‌های بزرگ، به حمل بسته‌های کوچک را، به مثابه یک فرصت، برای خلق و توسعه یک کسب و کار تازه، یافتند و یک سرویس حمل نقطه به نقطه مرسوله

خدمات مالی و بانکی

هر جا اثری از تجارت باشد؛ لاجرم خدمات بانکی هم در آن جا حضور دارد. یکی از اولین قراردادهای DHL، با بانک هاوایی، برای انتقال مستمر اسناد این بانک به فدرال رزرو بود. در فاصله ای کوتاه، بانک مرکزی ایالات متحده آمریکا، خود نیز به یکی از مشتریان DHL بدل شد و ظرف دو سال، بخش بزرگی از موسسات مالی و بانکها به مجموعه مشتریان DHL پیوستند و با اتکا به سرویس حمل و نقل شبانه DHL، سرعت و قابلیت اطمینان بیشتری را در سیستم انتقال بین المللی اسناد خود ایجاد کردند.

با گسترش روابط این موسسات به سمت آسیا، DHL نیز توانست؛ جامعه مشتریان خود در صنعت مالی را، با حضور فعالان بانکداری شرق آسیا، بزرگ و متنوع تر کند.

پس از جنگ جهانی دوم

حضور پنجاه ساله DHL در صنعت مالی نمونه روشن و الهام بخشی است از تلاش یک شرکت بزرگ برای باقی ماندن در بازاری که تحت تاثیر فناوری و روندهای اقتصادی و اجتماعی به سرعت در حال تغییر است.

روابط تجاری میان ایالات متحده، اروپا، کانادا، ژاپن و استرالیا، تحت پیمان پولی "برتون وودز" اداره می شد. با خروج ایالات متحده از برتون وودز، در دهه ۶۰ قرن میلادی گذشته، و به تبع آن قطع همبستگی ارزی سایر کشورهای عضو پیمان با دلار، موج عظیمی از مقررات زدایی و آزادسازی، در صنعت مالی قدرت های بزرگ اقتصادی جهان به وقوع پیوست که سبب گسترش دامنه فعالیت بین المللی موسسات مالی و بانکهای بزرگ شد.

این گسترش فعالیت، زمینه مناسبی برای توسعه فعالیت های DHL بود. برای مثال، بعد از فروپاشی برتون وودز، صنعت مالی بریتانیا تبدیل به رقیبی بزرگ و جدی برای بانکها و موسسات مالی ایالات متحده شد و لندن در جایگاه یک مرکز مالی بین المللی مهم مانند نیویورک قرار گرفت. به این ترتیب بانکهای بریتانیایی و البته بسیاری از بانکهای بزرگ دیگر در کشورهای صنعتی، که تا پیش از این، به واسطه ارتباط با بانکهای آمریکایی، صرفاً نقاط قبول و تحویل برای شبکه خدمات پست مالی DHL بودند؛ خود تبدیل به مشتریانی بزرگ و مستقل برای این شرکت شدند.

پیشرفت ها و تحولات صنعت مالی، البته همیشه برای DHL در قامت فرصت ظاهر نشده است و در بسیاری از موارد، عامل تهدید آن نیز بوده است.

در آغاز دهه ۷۰ قرن بیستم، بانکها برای ارتباطات آنی به استفاده از تلفن و فاکس متکی بودند که البته از امنیت کافی برخوردار نبود و همچنان تراکنش های با ارقام بالا و مستندسازی کلیه تراکنش ها، از طریق تبادل اسناد کاغذی صورت می پذیرفت؛ اما، در سال ۱۹۷۷، انجمن جهانی پیام رسانی مالی بین المللی بانکها (SWIFT)، یک سیستم ارتباطی ایمن





یابد. با وجود همه این تغییرات، DHL به حضور اثر بخش و نقش آفرینی مثبت در صنعت مالی ادامه می‌دهد.

تجربه خدمات مالی با اتکا به DHL

در کشورهای توسعه یافته و در عرصه ارتباطات بین بانکی، خدمات ارسال و دریافت سریع و امن اوراق بهادار یا اشیای قیمتی، به عنوان یک نیاز ویژه، اما قابل توجه، هنوز موضوع ارائه خدمات DHL است. برای مثال این شرکت در شهرهای لندن، نیویورک و لس آنجلس خدمات سرویس اکسپرس هوایی، برای اتصال فرودگاه بین‌المللی به بخش مالی شهر ارائه می‌دهد.

DHL در سال‌های گذشته، تجربیات ارزشمند خود در زمینه جابه‌جایی اسناد فیزیکی بانک‌ها را به نقاط کمتر توسعه یافته و غیر برخوردار جهان برده و موجب توسعه بانک‌پذیری در جوامع فقیر شده است و بخش بزرگی از مردم کشورهایی در شرق آسیا و آفریقا، با تکیه بر خدمات DHL، از دسترسی به خدمات مالی بهره‌مند شدند. همچنین با وجود توسعه ارتباطات الکترونیکی بر بستر اینترنت، هنوز آدرس محل اقامت قانونی افراد، بخش مهمی از هویت اعتباری آن‌ها محسوب می‌شود و در این شرایط، بسیاری از صورتحساب‌ها، اعلامیه‌ها و ابلاغیه‌های مالی و بانکی، باید به صورت فیزیکی به آدرس محل اقامت قانونی ایشان حمل شود. این موضوع سبب شده است خدمات DHL و شرکت‌های مشابه، هنوز بخش مهمی از ارتباطات بانک‌ها و موسسات مالی با مشتریان باشد.

پیام‌رسانی الکترونیکی بین بانک‌ها ابداع کرد که طبیعتاً بخش مهمی از تقاضا برای تبادل اسناد فیزیکی بین بانکی را از میان برد و به این ترتیب به بازار DHL در صنعت مالی ضربه زد.

ارتباط بانک‌ها با مصرف‌کنندگان نهایی خدمات (مشتریان) نیز، تحت تاثیر فناوری، با تحولات چشمگیری روبرو شد. راه اندازی شبکه‌ای از ماشین‌های خودپرداز، در طول دهه‌های پایانی قرن بیستم، مسئله دسترسی به وجه نقد را آسان‌تر از همیشه ساخت و سرویس‌های خدمات آنلاینی مثل "پرستل" در بریتانیا و "مینی تل" در فرانسه، رابطه مشتریان و بانک را از تبادل اسناد فیزیکی مستقل کرد.

همچنین توسعه اینترنت و سرویس‌های آنلاین تحت وب، به عنوان یک پلتفرم فراگیر و امن و ارزان، سبب شد؛ تا بانکداری مبتنی بر ارتباطات الکترونیکی، از یک سرویس ویژه، به استاندارد جاری و عمومی در صنعت مالی تبدیل شود و نیاز به جابه‌جایی اسناد کاغذی و فیزیکی در این بازار بیش از همیشه کاهش



تلاش و تغییر در صنعت ساخت و ساز همزاد با دوقلوهای افسانه‌ای

روند رکورد شکنی در ساخت آسمان خراش‌ها که
نشانه پویایی صنعت ساخت و ساز در قرن بیستم
بود؛ این صنعت، به‌ویژه بلند مرتبه سازی را به یکی از
مهم‌ترین مشتریان شرکت DHL بدل کرد.

روند رکورد شکنی در ساخت آسمان خراش‌ها که نشانه پویایی صنعت ساخت و ساز در قرن بیستم بود؛ این صنعت، به‌ویژه بلند مرتبه سازی را به یکی از مهم‌ترین مشتریان شرکت DHL بدل کرد. برخی از نخستین مشتریان شرکت DHL همچون شرکت اوتیس (یک برند مهم در ساخت آسانسور) و سایر فعالان بزرگ صنعت ساختمان، نیاز داشتند تا به صورت مستمر، سریع و مطمئن، دستورالعمل‌ها،

در سال ۱۹۶۹ (همزمان با تولد DHL) عملیات ساخت و ساز برج‌های دوقلو تجارت جهانی در نیویورک در جریان بود. ده سال بعد، وقتی ساخت این برج‌ها به پایان رسید؛ آن‌ها تاج عنوان بلندترین ساختمان‌های جهان را از دستان ساختمانی در همان نزدیکی، ربودند. امپایر استیت برای ۴۰ سال، صاحب این عنوان بود، اما برج‌های دوقلو، تنها دو سال در صدر جدول بلندترین ساختمان‌های جهان نشستند و این جایگاه را به برج سیرز در شیکاگو (که امروز با نام برج ویلیس شناخته می‌شود) واگذار کردند.

”

صنعت ساخت و ساز، بیش از
۱۰۰ میلیون شاغل در سراسر جهان
و درآمد سالانه ای بالغ بر ده هزار
میلیارد دلار دارد!

“

کردن رکورد بلندترین آسمان خراش‌ها، همچنان
تبی سوزان در دنیای ساخت‌وساز است.
امروز برج خلیفه در امیر نشین دوی امارات عربی
متحده که در سال ۲۰۰۹ ساخته شده است با ۸۲۸
متر، عنوان بلندترین برج جهان را در اختیار دارد و به
نظر می‌رسد به زودی این رکورد را به برج هزار متری
واگذار کند که با ۱۶۷ طبقه این روزها در عربستان
سعودی در حال ساخت است.

آمار رکوردهای مربوط به بلندترین ساختمان‌ها،
گرچه در لایه‌های تیرهای صفحه اول رسانه‌ها
جا خوش می‌کنند، اما تصویری واقعی از صنعت
ساختمان را به ما نشان نمی‌دهند. برای داشتن
درکی از مقیاس این صنعت، نیاز به دید وسیع‌تری
داریم. صنعت ساختمان بزرگترین مصرف‌کننده
منابع این سیاره است. این صنعت سالانه بیش از
نیمی از تولید فولاد جهان را می‌بلعد و در مجموع

نقشه‌ها، قراردادها و نمونه‌های قطعات را میان مقاطعه کاران، مشتریان و
تامین‌کنندگان جابه‌جا کنند و به این ترتیب رشد و رونق صنعت ساختمان
و بلند مرتبه‌سازی، نقش پررنگی در رشد شرکت DHL داشت.

نیاز صنعت ساختمان به خدمات لجستیک

از آن زمان تا به امروز، چیزهای زیادی تغییر کرده است؛ پس از حملات
تروریستی ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱، شکوه و عظمت برج‌های تجارت جهانی، دیگر
خط آسمان شهر نیویورک را در تسخیر خود ندارد؛ اما اشتیاق برای جابه‌جا



روزانه بیش از ۳ میلیارد تن مواد خام در آن مصرف می‌شود. این صنعت، بیش از ۱۰۰ میلیون شاغل در سراسر جهان و درآمد سالانه ای بالغ بر ده هزار میلیارد دلار دارد!

در سال‌های اخیر با توسعه ابزارهای ارتباطات الکترونیکی، به‌ویژه پلتفرم‌های ارتباطی مبتنی بر اینترنت، خدمات DHL برای جابه‌جا کردن نقشه‌ها و دستورالعمل‌ها و قراردادهای دیگر چندان تقاضایی ندارد؛ اما مساله مدیریت زنجیره تامین، بازار DHL در صنعت ساخت و ساز و سایر صنایع را فعال نگه داشته است.

با توسعه کشورهای صنعتی، هزینه تهیه و تامین نهاده‌های اولیه تولید در این کشورها به شدت افزایش پیدا کرده و این موضوع انگیزه ایجاد یک زنجیره تامین بین‌المللی در صنایع گوناگون، از جمله صنعت ساختمان را تقویت کرده است. همزمان و در سمت دیگر ماجرا، حرکت جریان سرمایه به سوی کشورهای کمتر توسعه یافته سبب شده تا نیاز به تامین نهاده‌های حساس تولید به‌ویژه قطعات صنعتی با عملکرد بالا و مواد اولیه حساس و با کیفیت در این کشورها بیشتر شود.

تجربه شرکت DHL در زمینه مدیریت لجستیک، در تلفیق با دانش تخصصی و برنامه‌ریزی بهینه بخش تخصصی خدمات ساخت و ساز در شرکت DHL، زیرساخت مناسبی فراهم می‌کند تا مشتریان شرکت بتوانند با خاطری آسوده از مساله زنجیره تامین، بر نوآوری و بهینه‌سازی در طراحی، تولید و بازاربایی متمرکز شوند. حفظ پایداری یک زنجیره تامین بین‌المللی، آن هم وقتی پای حمل و نقل قطعات صنعتی و مواد اولیه حساس در میان است (که نیاز به مراقبت‌ها و شرایط حمل ویژه‌ای دارند) اصلا کار ساده‌ای نیست.

در نظر داشته باشید بسیاری از قطعات حساسی که باید از طریق زنجیره‌های تامین بین‌المللی به دست مصرف‌کنندگان نهایی در کارگاه‌ها و کارخانه‌ها برسد، کلید ادامه عملیات ماشین‌آلاتی هستند که هر ساعت از توقف آن‌ها می‌تواند صدها هزار دلار

خسارت در پی داشته باشد. در واقع زمین‌گیر شدن یک هواپیمای تجاری در یک فرودگاه بر اثر یک نقص فنی یا یک تنش تجاری برای یک روز یا بیشتر، می‌تواند برای مصرف‌کننده نهایی قطعات خسارتی در مقیاس میلیون‌ها دلار داشته باشد.

خدمات زنجیره تامین شرکت DHL می‌تواند زیرساخت مناسبی برای انجام عملیات تولید ناب (JIT) برای کارخانجات باشد و به این ترتیب، افزایش بهره‌وری آن‌ها را فراهم نماید.

علاوه بر ارائه مستقیم خدمات زنجیره تامین، DHL می‌تواند در نقش یک مشاور برای مشتریان، طراحی، برنامه‌ریزی، تامین زیرساخت‌ها و فناوری مورد نیاز برای ساخت یک زنجیره مستقل را نیز عهده دار شود.

علاوه بر ارائه مستقیم خدمات
زنجیره تامین، DHL می‌تواند در
نقش یک مشاور برای مشتریان،
طراحی، برنامه‌ریزی، تامین
زیرساخت‌ها و فناوری مورد نیاز
برای ساخت یک زنجیره مستقل را
نیز عهده دار شود.



حضور DHL در بازار نفت و انرژی

کشتیرانی در آب‌های خروشان

DHL برای ارائه خدمات به فعالان بازار نفت، بر تجربه و تخصص خود در حوزه مدیریت زنجیره تامین، خدمات لجستیکی در شرایط خاص و دشوار و در نهایت برنامه‌ریزی و جابه‌جایی اشیای سنگین و غول پیکر تمرکز کرده است.

نفت در طول پنجاه سال گذشته؛ عرصه انرژی جهانی را در تسخیر خود داشته است. از اوایل دهه ۶۰ قرن میلادی گذشته، نفت جایگاه نخست بازیگران صنعت انرژی را از ذغال سنگ گرفت و تا آغاز دهه ۷۰، موقعیت خود را، به‌عنوان یک حامل انرژی مقرون به صرفه و در دسترس، برای مصارف مختلف صنعتی و تجاری، کاملاً تثبیت کرده بود. به این ترتیب تا اواسط دهه ۷۰، نفت به پراولویت‌ترین موضوع راهبردی در اقتصاد، سیاست و روابط بین‌الملل بدل شده بود.

همچنین در دهه ۷۰ میلادی، عربستان سعودی، جایگاه بزرگترین تولیدکننده نفت را که پیش از آن در اختیار ایالات متحده بود، به‌دست آورد و این کشور و سایر اعضای اتحادیه کشورهای صادرکننده نفت (اوپک)، با مدیریت هماهنگ عرضه توانستند در عمل، کنترل بازار نفت را در دست بگیرند.

به نظر می‌رسد در عرصه انرژی‌های تجدیدپذیر موقعیت رهبری بازار، نه در اختیار تولیدکنندگان بلکه در تملک صاحبان شبکه‌ها، تجهیزات ذخیره‌سازی و نظام‌های دیسپچینگ خواهد بود؛ این سرمایه‌گذاری‌های گسترده می‌تواند DHL را تبدیل به یکی از بازیگران پیشرو در حوزه انرژی‌های تجدید پذیر کند.

سیاسی که در تمام این سال‌ها همراه و همزاد صنعت نفت بوده است، به جز دست به دست شدن بازار میان بخش‌های دولتی و خصوصی و به جز تحولات فناورانه‌ای که برخی شرکت‌ها را از بازار جهانی نفت بیرون کرده و برعکس پای برخی شرکت‌های تازه وارد را به این عرصه کشانده (و DHL برای ادامه حضور در این بازار، باید با همه آنها کنار می‌آمده است) تحولی که بیش از هر چیز این بازار را دچار تغییر کرد؛ شکوفایی صنعت مخابرات بود که

در همین دوران، بروز مجموعه‌ای از بحران‌های سیاسی بر عرضه نفت، به‌ویژه نفت کشورهای خاورمیانه و اعضای اوپک، اثرات بسیار بدی داشت و قیمت نفت را در یک فاصله زمانی کوتاه، تقریباً چهار برابر کرد. این پدیده، کشورهای صنعتی (به‌عنوان مصرف‌کنندگان اصلی نفت جهان) را، به این نتیجه رساند که برای ایمن‌سازی اقتصاد خود در برابر نوسان عملکرد کشورهای صادرکننده، باید به متنوع‌سازی منابع استخراج و تولید نفت روی بیاورند. به این ترتیب جستجوهای گسترده‌ای برای یافتن منابع نفتی تازه آغاز شد.

این تحولات، سبب شد تا توسعه میدان نفتی دریای شمال و میادین گازی در اروپا که از اواسط دهه ۶۰ قرن بیستم آغاز شده بود، به صورت چشمگیری شتاب بگیرد و میدان نفتی دریای شمال، در سال ۱۹۹۰، به بالاترین میزان تولید سالانه خود یعنی ۳۸۹ میلیون بشکه برسد.

نفت و DHL؟

توسعه فعالیت‌های استخراج نفت و گاز یک شانس و فرصت در خشان برای توسعه فعالیت‌های DHL بود. این شرکت، در موقعیت‌ها و مسیرهایی که ارائه خدمات در آن‌ها برای کمتر کوریجری ممکن بود، با سرعت، سهولت و اطمینان، مدارک فنی و تجاری و نوارهای مغناطیسی حاوی اطلاعات و تحلیل‌های زمین‌شناختی را میان شبکه بسیار گسترده‌ای از سکوه‌های اکتشاف و استخراج نفت و دفاتر ستادی شرکت‌های نفتی بزرگ جابه‌جایی کرد.

DHL تا سال ۱۹۷۷ در عمل به بخشی از قلب صنعت نفت جهان بدل شده بود و در حالی که با گشودن دفتری در اوپردین اسکاتلند، امکان ارائه خدمات به شرکت‌های نفتی فعال در دریای شمال را فراهم می‌کرد؛ برای آغاز همکاری با عربستان سعودی نیز در حال مذاکره بود.

حضور DHL در صنعت انرژی به طور عام و صنعت نفت به طور خاص، چیزی شبیه کشتیرانی در آب‌های خروشان است. به جز تحولات و تنش‌های



کسب و کار پایدار (موسوم به Go Green)، سرمایه گذاری‌های عمده‌ای را در زیرساخت‌های ذخیره‌سازی، انتقال و دیسپچینگ برق تجدیدپذیر، در شبکه میان انبارها و مراکز خدمات لجستیکی خود انجام می‌دهد. با توجه به اینکه به نظر می‌رسد در عرصه انرژی‌های تجدیدپذیر موقعیت رهبری بازار نه در اختیار تولید کنندگان بلکه در تملک صاحبان شبکه‌ها، تجهیزات ذخیره‌سازی و نظام‌های دیسپچینگ خواهد بود؛ این سرمایه‌گذاری‌های گسترده می‌تواند DHL را تبدیل به یکی از بازیگران پیشرو در حوزه انرژی‌های تجدید پذیر کند.

جابه‌جا کردن اسناد فیزیکی برای انتقال اطلاعات در مسیرهای صعب العبور بین مراکز اکتشاف و استخراج را بلاموضوع کرده و این کار را به سیگنال‌های رادیویی و فیبرهای نوری سپرده است.

در این شرایط، DHL برای ارائه خدمات به فعالان بازار نفت، بر تجربه و تخصص خود در حوزه مدیریت زنجیره تامین، خدمات لجستیکی در شرایط خاص و دشوار و در نهایت برنامه ریزی و اجرای عملیات جابه‌جایی اشیای سنگین و غول‌پیکر تمرکز کرد و برای انطباق هر چه بیشتر این خدمات تخصصی با نیازهای مشتریان خود در صنعت نفت؛ در سال ۲۰۱۲، مرکز تخصصی خدمات دی.اچ.ال به صنعت انرژی را در هیوستن تگزاس افتتاح نمود.

این شرکت همچنین در قالب برنامه راهبردی خود برای سازگار شدن با الزامات

DHL در یک نگاه

سیستم لجستیک



۹۵۵۰۰

تعداد ون ها

۱۱۰۰۰

تعداد ون های ذخیره



۲۶۰

تعداد هواپیماهای کارگو

۲۴۰۰۰

تعداد دوچرخه ها

تعداد کارکنان



۵۵۰,۰۰۰



۶۵% ۳۵%

مرد

زن



۱۰۰۰۰

تعداد واحدهای مستقر
در سراسر جهان

فاینانس



۲۰,۶ میلیارد دلار

ارزش برند

۶۲

ارزش برند رتبه شرکت
در میان ۱۰۰ برند برتر جهان

۳۲,۶ میلیارد دلار

درآمد (۲۰۱۸)

۳,۲ میلیارد دلار

سود ناخالص

۲۹,۴ میلیارد دلار

ارزش سهام

postenovin.ir

